

## Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2004-3016

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Tarkiainen, Johanna			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Olet mitä syöt? Ruokakulttuurin ja elämäntyyli­markkinoinnin tarkastelua ruoka-aiheisessa aikakauslehdessä			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2004-11-08	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 85 s., 52 liites.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on selvittää ruoan valintaan ja kulutukseen liittyviä merkityksiä ja elämäntyyli­markkinoinnin ilmenemismuotoja ruokaan keskittyvässä aikakauslehdessä. Varsinaisesti tutkimuksen kohteena on ollut Glorian ruoka&amp;viini -lehden ”kauden menu” -juttusarjassa esiintyvät merkitykset ja elämäntyyli­markkinoinnin ilmenemismuodot.</p> <p>Tutkielmani ensimmäisenä tutkimuskysymyksenä on: minkälaisia merkityksiä ruokaan keskittyneessä aikakauslehdessä liitetään ruokaan ja sen kulutukseen. Tutkielmassa lähdetään liikkeelle ajatuksesta, että ruoan valintaan ja ruoan kulutukseen vaikuttavat kulttuuriset preferenssit, elämäntaparatkaisut ja sosiaaliset ja taloudelliset edellytykset. Tutkielmassa analysoidaan siis minkälaisia ruoan valintaan ja kulutukseen vaikuttavia kulttuurisia preferenssejä, elämäntaparatkaisuja ja sosiaalisia ja taloudellisia edellytyksiä Glorian ruoka&amp;viini -lehden ”kauden menu” -jutuissa esiintyy.</p> <p>Tutkielmani toisena tutkimuskysymyksenä on: miten elämäntyyli­markkinointi ilmenee ruokaan keskittyneessä aikakauslehdessä. Lähtöoletuksenani on, että elämäntyyli­merkitykset lehdissä ovat ainakin osittain tarkoituksenmukaisia eli ne voidaan tulkita elämäntyyli­markkinoinniksi. Elämäntyyli­markkinoinnin aikakauslehdessä tulkitaan koostuvan sekä tuotejulkisuudesta että unelmien luonnista ja kulutustarpeiden syntymisestä jutuissa esiintyvien merkitysten avulla.</p> <p>Aineistona on käytetty kymmentä Glorian ruoka&amp;viini -lehden ”kauden menu” -juttua, jotka ovat analysoitu määrällisesti tuotejulkisuuden ilmentymiä laskemalla ja laadullisesti Barthesin analyysikehikkoon pohjautuvalla semioottisella analyysimenetelmällä.</p> <p>Aineiston analyysien perusteella Glorian ruoka&amp;viini -lehden ”kauden menu” -jutuissa esiintyviä ruoan valintaan ja kulutukseen liittyviä merkityksiä ovat maun arvostus, nautinnon tärkeys, vaivannäön arvostus, tyylittelyn merkitys, raaka-aineiden arvostus, ruokakulttuurin säännönmukaisuus, sosiaalisuuden merkitys ja ruokatraditioiden merkitys.</p> <p>Jutuissa havaittiin runsaasti tuotejulkisuuden esiintymiä. ”Kauden menu” –juttujen analysoinnin perusteella on havaittavissa, että tuotejulkisuuden esiintymät, jutussa esiintyvät kulutukseen liittyvät positiiviset merkitykset ja jutussa esiintyvät ruokakulttuuriin liittyvät merkitykset liittyvät kaikki toisiinsa. Nämä kolme tekijää yhdessä ovat elämäntyyli­markkinoinnin ilmentymiä ruoka-aiheisessa aikakauslehdessä ja luovat yhdessä unelmia ja samalla synnyttävät kulutustarpeita.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords ruokakulttuuri markkinointi elämäntyyli aikakauslehti semioottinen analyysi			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information Liitteenä cd -levy			